

Note de conjoncture

> L'analyse économique de FranceAgriMer



● 16 avril 2018

La situation des fruits et légumes au printemps 2019

Les marchés des fruits et légumes sont à la charnière entre la fin de campagne des produits d'hiver et le début de ceux de printemps. La situation des marchés des légumes d'hiver est mitigée : déséquilibrée en **chou-fleur** et **salade**, plus fluide en **poireau**. Concernant les fruits d'hiver, les prix du **kiwi** et de la **pomme** sont stables. La météo encore peu printanière ne favorise pas la consommation de **tomate**, **concombre** et **fraise**. L'offre en **asperge** est inférieure à la demande.

Sur le marché du **chou-fleur**, la production bretonne arrive en fin de campagne et les quantités disponibles régressent progressivement. La demande reste présente, tant sur le marché intérieur qu'à l'export, entraînant une hausse des cours fin mars.

La campagne du **poireau** se termine avec des ventes régulières et des cours stables. L'offre décline, et s'équilibre avec une demande peu intéressée.

Le marché de la **pomme** reste calme. Malgré le retour de températures plus fraîches, la demande sur le marché intérieur est ralentie. Seules les variétés Chantecler et Reinette Grise du Canada profitent d'un écoulement régulier à cours fermes. En revanche, les autres variétés se négocient avec difficultés, notamment sur les catégories II sur lesquelles la concurrence des pays européens est forte. Les niveaux de stocks sont inhabituellement élevés à ce stade de la campagne, en particulier en Gala. La demande à l'export est très limitée. Les cours sont reconduits. Ils se situent en dessous de ceux de la dernière campagne, mais sont supérieurs à la moyenne 5 ans.

Le marché du **kiwi** est actif. Les ventes sont régulières et la demande intéressée. Les volumes régressent à l'approche de la fin de campagne et les gros calibres commencent à manquer, limitant ainsi l'export. Les cours sont stables, fermes et supérieurs à la moyenne quinquennale depuis le début de la campagne.

L'approvisionnement du marché de la **salade** bascule du sud de la France vers les autres zones de production, où l'offre progresse. Les disponibilités au niveau national sont supérieures à la demande, surtout en laitue batavia. Les cours sont en recul, et sont situés en dessous de ceux de la dernière campagne et de la moyenne 5 ans.

Début avril, la météo instable et fraîche ne favorise pas la pousse de l'**asperge**. Les apports restent relativement faibles alors que la demande s'anime à l'approche des fêtes Pascales. L'incertitude sur les volumes à venir entraîne une augmentation des cours.

L'offre nationale de **tomate** continue sa progression avec le développement de la production de l'Ouest, faisant pression sur un marché où la demande reste peu intéressée. La météo actuelle est en effet peu favorable au développement de la consommation. Les ventes de tomate ronde en grappe, principale variété sur les étals, sont régulières, alors que celles des variétés dites « anciennes » sont plus laborieuses et quelques reports de stocks sont constatés. Dans ce contexte, les cours sont en baisse et se situent en dessous de la moyenne quinquennale depuis début mars.

La production de **concombre** poursuit son développement alors que la demande est en repli, en raison du retrait des collectivités (en période de congés scolaires) et de la météo encore hivernale. Ce manque de dynamisme, couplé à une concurrence accrue des produits nord européens, entraîne un recul des cours, qui se situent actuellement en dessous de ceux de 2018 et de la moyenne quinquennale.

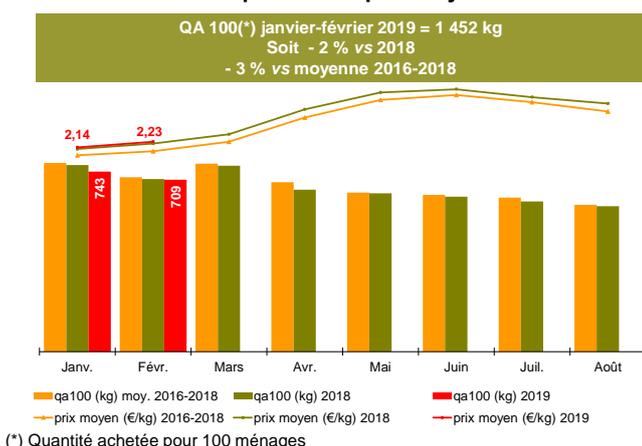
Début avril, la progression des apports de **fraise** et les reports de stocks alourdissent le marché. L'offre importante en Gariguet est supérieure à la demande. Les variétés rondes, avec des disponibles plus faibles, s'écoulent mieux. Les ventes sont assez lentes compte tenu d'une consommation freinée par le retour d'un temps hivernal. Le commerce reste porté par les engagements des centrales d'achat avec des cours ajustés à la baisse et inférieurs à ceux de la campagne précédente.

Consommation (Source Kantar Worldpanel) Janvier-février 2019

Fruits

D'après les premiers résultats de l'année 2018 (janvier-février 2019), les achats en volume de fruits frais des ménages français pour leur consommation à domicile (1 452 kg pour 100 ménages) sont en légère diminution par rapport la même période en 2018 (- 2 %) ainsi que par rapport à la moyenne triennale (- 3 %).

FRUITS Evolution des quantités & prix moyens d'achats



Source : Kantar WorldPanel

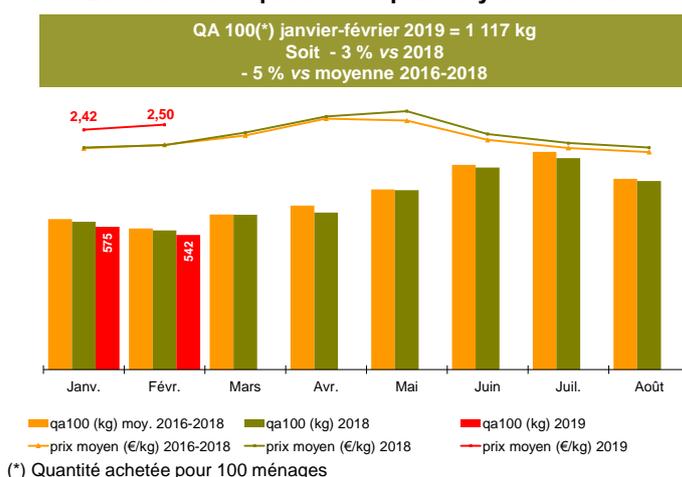
Durant cette période, les fruits les plus achetés (en volume) ont été les oranges, les pommes, les clémentines les bananes, les poires et les kiwis. Le recul significatif des achats de pommes (- 8 %) les fait passer en deuxième position, derrière les oranges, contrairement aux années précédentes sur la même période.

Année	Quantités achetées / 100 ménages (en kg)		
	Jan-fev 2018	Jan-fev 2019	Var. %
Oranges	292	285	- 3 %
Pommes	298	275	- 8 %
Clémentines	269	272	+ 1 %
Banane	238	237	=
Poires	80	79	- 1 %
Kiwi	63	64	+ 2 %
Total fruits	1 482	1 452	- 2 %

Légumes

Pour les légumes, les volumes d'achats en janvier-février 2019 connaissent également retrait, un peu plus marqué que pour les fruits : les ménages français ont acheté, pour leur consommation à domicile, 1 117 kg de légumes pour 100 ménages, soit - 3 % par rapport 2018, et - 5 % par rapport à la moyenne 2015/17.

LEGUMES Evolution des quantités & prix moyens d'achats



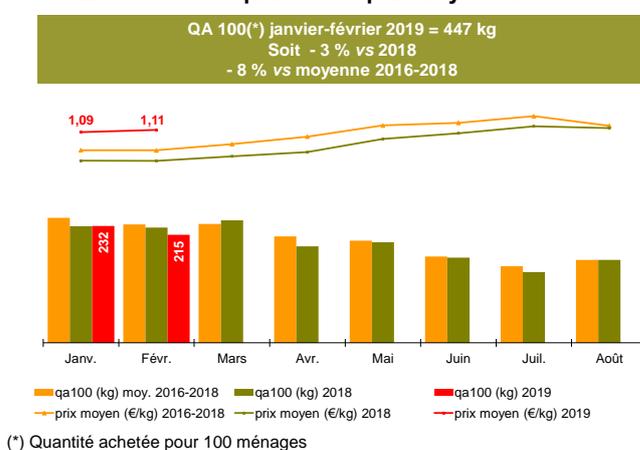
Source : Kantar WorldPanel

Les légumes les plus achetés durant cette période ont été les carottes, les endives, les tomates, les oignons, les salades et les poireaux.

Pommes de terre

Les achats de pommes de terre ont à nouveau reculé au démarrage de l'année 2019 : avec 447 kg pour 100 ménages sur les mois de janvier-février, ils sont inférieurs de 3 % aux achats de la même période en 2018 et de 8 % par rapport à la moyenne 2016-2018.

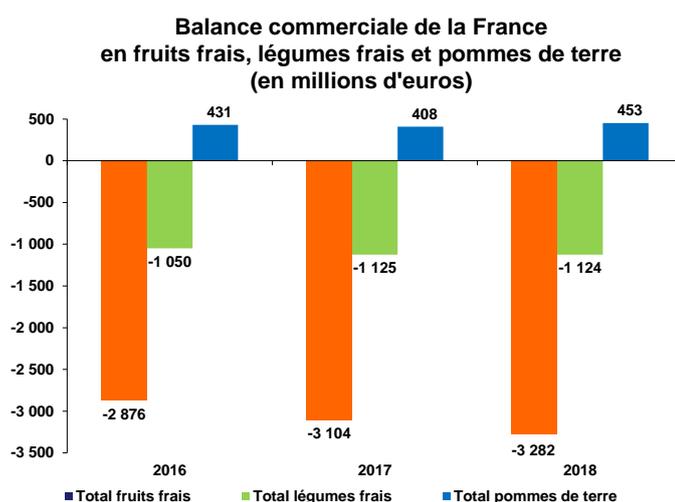
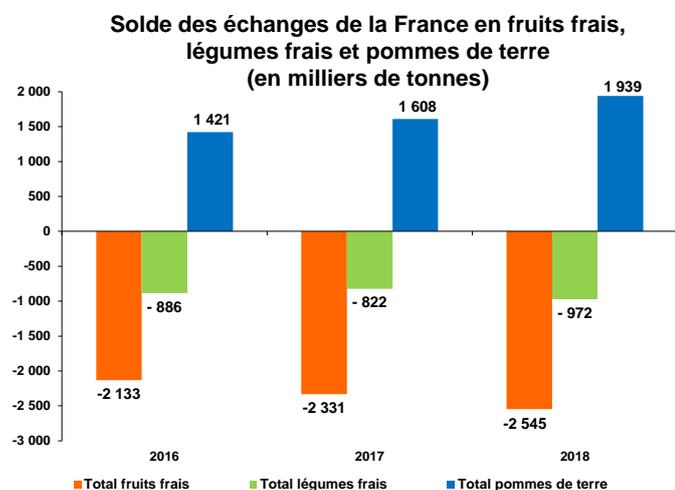
POMMES DE TERRE Evolution des quantités & prix moyens d'achats



Source : Kantar WorldPanel

Les prix des pommes de terre au détail qui avaient très fortement chuté durant toute la campagne 2017/18, sont supérieurs à la moyenne en ce début d'année 2019.

Commerce extérieur (Bilan de l'année 2018)



Source : Douanes françaises / GTA

Fruits

En 2018, le déficit du solde des échanges en volume de la France en fruits frais s'est encore creusé et dépasse les 2,5 millions de tonnes (soit une augmentation de 9 % par rapport à 2017).

Cet accroissement du déficit est le résultat croisé de la diminution des exportations et surtout de l'augmentation des importations. Les fruits exotiques et notamment les bananes (752 000 tonnes, soit + 9 % vs 2017) ont pesé en grande partie sur cette augmentation des volumes importés.

La hausse du déficit est moins forte en ce qui concerne la balance commerciale, mais il dépasse tout de même les 3,2 milliards d'euros, soit une augmentation de 6 % par rapport à 2017.

Légumes

Avec un total de plus de 1,12 milliard d'euros, le déficit commercial de la France pour les légumes frais est stable en 2018 (quasiment égal à celui de 2017). Cependant, le déficit des échanges en volume, lui augmente fortement (+ 18 % vs 2017).

Cet accroissement du déficit des échanges est le résultat des effets conjugués de l'augmentation des importations (1,9 million de tonnes en 2018, soit + 4 % vs 2017) et de la diminution des exportations (976 000 tonnes, soit - 7 % vs 2017).

Les principaux légumes ayant engendré cette hausse des importations sont les tomates (1^{er} légume importé en volume avec 526 000 tonnes, soit + 4 % vs 2017) et les courgettes (144 000 tonnes, soit + 5 % vs 2017), mais la plupart des autres légumes ont également connu une augmentation des volumes importés.

Pommes de terre

Pour les pommes de terre, la campagne 2017/18 s'était caractérisée par une forte production et d'importantes disponibilités sur le marché dès l'automne 2017, entraînant une crise conjoncturelle sur le marché français.

Les volumes exportés se sont donc accrus, mais à des prix très inférieurs à la campagne précédente, cette chute des cours ayant touché toute l'Europe.

La campagne 2017/18 a donc été marquée par une augmentation des volumes exportés, mais une diminution de l'excédent commercial, cette faiblesse des cours à l'export a été observée toute la première moitié de l'année 2018.

Ce n'est qu'avec l'entrée dans la nouvelle campagne (2018/19) que les cours à l'export se sont redressés à partir de l'automne 2018.

Ainsi, sur l'ensemble de l'année 2018, bien qu'on constate une très forte augmentation (+ 21 %) du solde des échanges en volume (due notamment à la forte hausse des exportations) l'excédent de la balance commerciale (+ 453 millions d'euros) n'a progressé « que » de 11 % par rapport à 2017 et demeure finalement proche de celui de 2016 (+ 5 %).

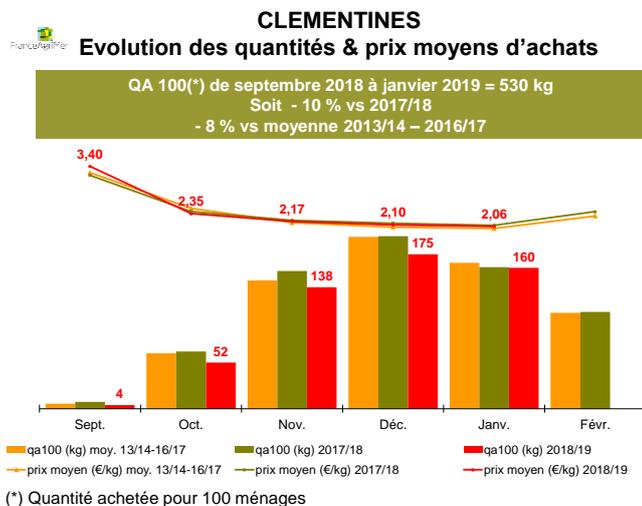
La pomme de terre fraîche demeure cependant le légume qui présente le plus gros excédent commercial pour la France.

Focus clémentine campagne 2018/19

La campagne clémentine de Corse démarre mi-novembre dans un contexte commercial plutôt favorable. Mais cette situation n'est que de courte durée : les très mauvaises conditions climatiques associées aux mouvements sociaux des « gilets jaunes » perturbent fortement le marché. Les opérateurs sont alors contraints de manœuvrer entre problèmes de qualité, ambiance commerciale changeante et manque de lisibilité sur les approvisionnements et livraisons. Sur l'ensemble de la campagne, les cours des fruits vendus sont supérieurs de 10 à 15 % à la moyenne quinquennale, mais les intempéries et blocages génèrent des pertes de produits en cours de commercialisation.

La clémentine est un fruit de premier plan : c'est le quatrième fruit le plus acheté par les ménages français (après les pommes, les bananes et les oranges). Cependant pour cette campagne 2018/19, avec un total de 530 kg pour 100 ménages durant la période septembre 2018 - janvier 2019, les achats de clémentines montrent une nette diminution par rapport à la campagne précédente (- 10 %) ainsi qu'à la moyenne (- 8 %).

De manière plus détaillée, les achats de clémentine en 2018/19 ont été en permanence en dessous de la moyenne, ils ne s'en rapprochent qu'en janvier tout en restant inférieurs (- 3 %).



Source : Kantar WorldPanel

Le commerce extérieur a été impacté par le recul de la demande. En effet, durant la période septembre 2018-janvier 2019, les importations françaises de clémentines totalisent 172 400 tonnes, ce qui est sensiblement inférieur aux volumes importés sur la même période lors de la campagne 2017/18 (- 12 %).

Les approvisionnements de la France en clémentine sont très concentrés en termes d'origine. De plus, concernant les importations, la campagne 2018/19 (période sept 2018- janv 2019) s'est caractérisée par un renforcement de la part des principaux fournisseurs.

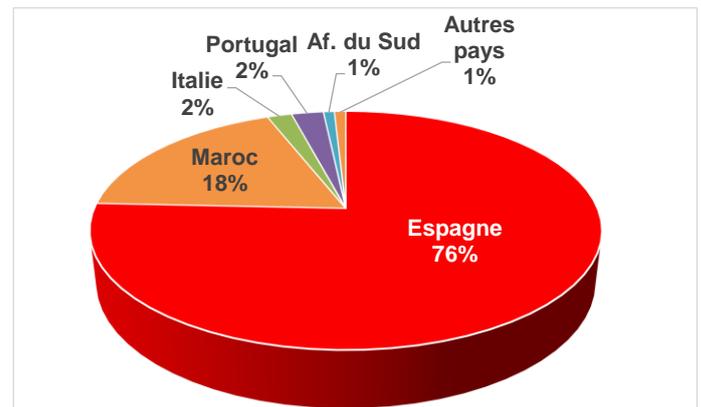
Pays	Quantités importées en tonnes		Var. %
	sept 2016- janv 2017	sept 2017- janv 2018	
Espagne	154 035	130 627	- 15 %
Maroc	28 547	31 678	+ 11 %
Italie	5 767	3 182	- 45 %
Portugal	4 448	4 160	- 6 %
Af. Du Sud	1 153	1 429	+ 24 %
Autres pays	1 495	1 291	- 14 %
Total	195 445	172 367	- 12 %

Importations françaises de clémentines

Source : GTA / Douanes françaises

En effet, les quatre premières origines concentrent à elles seules plus de 95 % des volumes importés et ce phénomène s'est encore renforcé en 2018/19 : 98 % des volumes importés proviennent de l'Espagne, du Maroc, d'Italie et du Portugal. Toutefois, la part des importations en provenance d'Espagne a diminué passant de 79 % à 76 % des volumes. Elle conserve donc tout de même sa prééminence absolue fournissant plus de trois clémentines sur quatre importées en France.

Origine des importations françaises de clémentines



Source : GTA / Douanes françaises

Dans ce contexte de diminution des volumes totaux importés, tous les fournisseurs majeurs, s'ils ont maintenu leur part, ont cependant perdu des volumes durant cette campagne, notamment l'Italie qui avec 3 2000 tonnes accusent une baisse de 45 % des volumes de clémentines vendues à la France.

Seuls le Maroc voit ses volumes augmenter (31 700 tonnes, soit + 11 % vs 2017/18) ce qui lui fait nettement augmenter sa part de marché en volume qui passe 14 % à 18 %.